

Desain Branding Inovatif Produk Kacung Bakso (KABASO) Khas Gempolsongo Demak Untuk Pengembangan UMKM

Muhammad Robi'ul Bayhaqi¹, Lola Aulia Putri², Edi Bachtiar³, A. Rahmat Wahyu Aji⁴, Annatasya Nabila De Vega⁵, Praditha Rizky Amalia⁶, Mohammad Yoga Arda Diagara⁷, Anang Tabah Batinaka Imaniar Rachma⁸, Jamilatun Nisa⁹, Tri Handhono¹⁰, Ana Dhukha Ilal Izza¹¹, Vannie Firstania¹², Muhammad Fahmi Afthoni¹³, Dena Aulia Yolanda¹⁴, Novia Dwi Fitriani¹⁵, Shofi Anjyati¹⁶, Fita Himmatal Hasanah¹⁷

¹Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara
e-mail: kngempolsongo25@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh Tim KKN XIX Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara di Desa Gempolsongo, Kecamatan Mijen, Kabupaten Demak, dengan fokus pada pendampingan UMKM “Kacung Bakso (KABASO)” milik Bapak Mansur. UMKM ini menghadapi permasalahan utama berupa belum adanya branding dan kemasan yang memadai, serta lemahnya pengelolaan keuangan usaha. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui beberapa tahapan, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan hasil, dan strategi keberlanjutan. Pada aspek branding, tim melakukan perancangan logo, label, dan kemasan baru yang lebih menarik, informatif, dan sesuai karakter produk, sehingga meningkatkan citra profesional dan daya tarik di pasar. Pada aspek manajemen, pemilik usaha diberikan pelatihan pencatatan keuangan sederhana berbasis Excel dan Spreadsheet untuk memisahkan keuangan usaha dan pribadi, serta memantau arus kas dan keuntungan secara lebih teratur. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan signifikan: produk yang sebelumnya dikemas sederhana kini tampil lebih profesional dan siap dipasarkan ke pasar yang lebih luas, sementara pemilik usaha mulai terbiasa melakukan pencatatan keuangan secara rutin. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan nilai jual dan kepercayaan konsumen, tetapi juga memberikan landasan manajerial yang lebih kuat bagi keberlanjutan usaha. Dengan demikian, program ini berhasil menjawab permasalahan mitra sekaligus memberikan inspirasi bagi pengembangan UMKM desa lainnya.

Kata Kunci : UMKM, branding, kemasan, pengelolaan keuangan, pendampingan

Abstract

This community service program was carried out by the 19th KKN Team of Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara in Gempolsongo Village, Mijen District, Demak Regency, focusing on mentoring the micro-enterprise “Kacung Bakso (KABASO)” owned by Mr. Mansur. The main problems faced by the business were the absence of adequate branding and packaging, as well as weak financial management. The method used was a participatory

approach consisting of several stages, namely socialization, training, implementation, and sustainability strategies. In terms of branding, the team designed a new logo, label, and packaging that were more attractive, informative, and aligned with the product's character, thus enhancing professionalism and market appeal. In terms of management, the business owner received training in simple financial recording using Excel and Spreadsheet to separate business and personal finances and to monitor cash flow and profits more systematically. The results showed significant improvements: products that were previously sold in plain packaging now appear more professional and marketable, while the owner has begun to routinely record financial transactions. These changes not only increased product value and consumer trust but also provided a stronger managerial foundation for business sustainability. Therefore, this program successfully addressed the partner's problems and can serve as an inspiration for the development of other village-based MSMEs.

Keywords : MSME, branding, packaging, financial management, mentoring

PENDAHULUAN

Desa Gempolsongo merupakan salah satu desa di Kecamatan Mijen, Kabupaten Demak, Jawa Tengah, dengan mayoritas penduduk bermata pencaharian sebagai petani. Lahan pertanian produktif seperti sawah dan kebun palawija menjadi penopang utama perekonomian masyarakat, dengan komoditas utama berupa padi, jagung, dan sayuran musiman. Namun, selain sektor pertanian, di desa ini juga mulai berkembang sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), salah satunya adalah usaha gilingan bakso rumahan yang dikelola masyarakat lokal. UMKM tersebut memanfaatkan hasil ternak dan bahan pangan sekitar untuk diolah menjadi produk siap konsumsi berupa bakso, yang dipasarkan ke lingkungan sekitar maupun ke luar desa. Kehadiran usaha ini membuka peluang ekonomi baru, terutama saat hasil pertanian menurun, sekaligus menjadi alternatif sumber pendapatan bagi masyarakat. Meskipun demikian, perkembangan UMKM di Desa Gempolsongo masih menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan peralatan produksi, lemahnya sistem pemasaran, serta minimnya branding produk sehingga membutuhkan pendampingan yang tepat agar lebih berdaya saing (Ariani, D., & Handayani, T. 2020).

Dalam konteks pembangunan ekonomi nasional, UMKM memegang peran yang sangat strategis. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UMKM berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, serta pemerataan ekonomi, terutama di pedesaan. Hal ini sejalan dengan pendapat Tambunan (2019) yang menyatakan bahwa UMKM menjadi motor penggerak utama dalam perekonomian Indonesia karena fleksibel, mudah beradaptasi, dan mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat (Putri, A. M., & Santoso, B. 2019).. Namun, meskipun berperan besar, UMKM sering kali menghadapi hambatan dalam aspek produksi, manajemen, pemasaran, maupun kualitas sumber daya manusia. Hambatan tersebut berdampak langsung pada daya saing produk UMKM, baik di tingkat lokal, regional, maupun nasional (Hamda, N. 2014).

Salah satu hambatan yang dominan adalah keterbatasan pada aspek pemasaran dan branding. Banyak UMKM belum mampu mengoptimalkan media digital untuk memperluas jaringan pemasaran, sehingga promosi produk masih bersifat konvensional dan terbatas secara geografis (Suryani, S. 2018). Selain itu, desain label produk yang menarik dan sesuai standar belum menjadi perhatian utama, sehingga produk kesulitan membangun identitas yang kuat di mata konsumen. Padahal, label yang informatif dan menarik—misalnya mencantumkan komposisi bahan serta informasi dasar bagi konsumen—sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan serta membantu memperluas pasar (Cahyanti, L., & Kudus, D. A. K. H. 2018).

UMKM “Kacung Bakso (KABASO)” sebagai salah satu pelaku usaha kuliner di Desa Gempolsongo memiliki potensi yang besar karena produk baksonya diminati masyarakat sekitar

dan memiliki pelanggan tetap. Namun, terdapat sejumlah kendala mendasar, yaitu: (1) belum adanya kemasan, label, dan branding yang memadai; (2) produk masih dikemas dengan plastik polos tanpa identitas usaha atau informasi yang cukup, sehingga kurang menarik di pasaran; (3) adanya praktik repackaging oleh pihak lain yang merugikan mitra karena menghilangkan identitas produk asli; serta (4) lemahnya manajemen keuangan yang ditunjukkan oleh pencatatan transaksi yang masih sederhana dan tidak terdokumentasi dengan baik (Suhartini, D., & Arifin, A. 2020).. Kondisi ini menyulitkan pemilik usaha dalam melakukan evaluasi maupun perencanaan pengembangan usaha ke depan. Permasalahan tersebut semakin diperparah dengan ketiadaan pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan pribadi, sehingga menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha (Indriani, R., & Yuliana, E. 2021).

Berdasarkan permasalahan di atas, diperlukan solusi berupa pendampingan dalam hal desain branding, pembuatan label dan kemasan yang menarik, serta pelatihan manajemen keuangan sederhana untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha. Dengan adanya identitas produk yang jelas dan pengelolaan keuangan yang baik, KABASO diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk, memperluas jangkauan pasar, dan membangun loyalitas konsumen (Putri, A. M., & Santoso, B. 2019).

Tujuan dari program pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pendampingan kepada mitra UMKM KABASO dalam penguatan branding, perancangan label dan kemasan, serta peningkatan kemampuan manajemen keuangan sederhana. Manfaat yang diharapkan adalah (1) meningkatnya daya saing produk KABASO di pasar lokal maupun digital, (2) terciptanya identitas produk khas Desa Gempolsongo yang dapat dijadikan oleh-oleh khas daerah, dan (3) terwujudnya pengelolaan keuangan yang lebih tertib, transparan, dan terstruktur sehingga mendukung keberlanjutan usaha (Roessali, W., & Gayatri, S. 2023).

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif mitra UMKM “Kacung Bakso (KABASO)” dalam setiap tahapan kegiatan. Tahap awal dimulai dengan sosialisasi program kepada pemilik usaha sebagai mitra utama. Sosialisasi dilakukan untuk memperkenalkan tim pelaksana pengabdian, menyampaikan tujuan serta manfaat program, dan memberikan gambaran umum mengenai rencana kegiatan yang akan dilaksanakan. Pada tahap ini, mitra diberikan kesempatan untuk menyampaikan pendapat, masukan, dan harapan terhadap program sehingga pelaksanaan kegiatan benar-benar sesuai dengan kebutuhan riil yang dihadapi di lapangan. Melalui kegiatan sosialisasi, diharapkan tercipta pemahaman bersama antara tim pengabdian dan mitra mengenai arah, sasaran, serta bentuk kerja sama yang akan dijalankan selama program berlangsung.

Tahapan berikutnya adalah pelatihan yang dirancang dalam bentuk workshop singkat namun aplikatif dengan mempertimbangkan tingkat pengetahuan dan keterampilan mitra. Materi pelatihan berfokus pada dua aspek penting, yaitu penguatan branding dan peningkatan keterampilan manajemen keuangan. Pada aspek branding, pelatihan mencakup perancangan logo, desain label, serta pemilihan kemasan produk yang sesuai sehingga mampu meningkatkan daya tarik sekaligus memberikan identitas visual bagi produk bakso yang dihasilkan. Pada aspek keuangan, mitra diberikan pelatihan mengenai pengelolaan pencatatan transaksi harian, pemisahan keuangan usaha dengan keuangan pribadi, serta perencanaan sederhana untuk pengembangan usaha. Untuk mendukung keterampilan ini, digunakan perangkat lunak yang mudah diakses

seperti Microsoft Excel dan Google Spreadsheet, sehingga mitra dapat langsung mempraktikkan pencatatan keuangan dengan cara yang lebih sistematis dan terstruktur.

Setelah pelatihan, tahapan selanjutnya adalah penerapan hasil pengetahuan dan keterampilan yang telah diberikan. Pada tahap ini dilakukan implementasi desain kemasan dan label produk dalam bentuk cetak sehingga produk memiliki tampilan baru yang lebih menarik, informatif, dan mudah dikenali oleh konsumen. Selain itu, tim pengabdian juga mendampingi mitra dalam menerapkan sistem pencatatan keuangan berbasis spreadsheet yang sederhana namun efektif untuk memantau arus kas, keuntungan, dan biaya operasional. Agar keberhasilan program tidak berhenti setelah kegiatan pengabdian selesai, tim merancang strategi keberlanjutan melalui beberapa langkah, antara lain memberikan file digital desain logo dan label produk yang dapat digunakan kembali oleh mitra, menyusun modul sederhana sebagai panduan dalam pengelolaan keuangan berbasis Excel atau Spreadsheet, serta membuka jalur komunikasi daring untuk melakukan monitoring perkembangan usaha. Dengan demikian, hasil kegiatan diharapkan dapat terus dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh mitra sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha dan memperkuat identitas produk lokal Desa Gempolsongo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Gempolsongo, Kecamatan Mijen, Kabupaten Demak, berfokus pada pendampingan UMKM Kacung Bakso yang dimiliki oleh Bapak Mansur. Usaha mikro ini sudah berjalan cukup lama dengan produk utama berupa bakso, tahu bakso, dan sempolan. Seluruh produk diproduksi menggunakan bahan alami sehingga menghasilkan cita rasa yang khas dan nikmat, serta digemari oleh masyarakat sekitar. Walaupun memiliki potensi besar, usaha ini menghadapi berbagai permasalahan khas UMKM desa, antara lain belum adanya identitas produk yang jelas, kemasan yang masih sederhana, serta pengelolaan keuangan yang tidak sistematis. Sebelum adanya program KKN, produk hanya dikemas menggunakan plastik polos, tidak mencantumkan logo maupun informasi produk, dan tidak memiliki daya tarik visual untuk konsumen. Di sisi lain, sistem keuangan masih dilakukan secara manual bahkan sering tanpa pencatatan, sehingga pemilik sulit mengetahui keuntungan riil, perputaran modal, maupun biaya operasional.

Melalui program pengabdian ini, tim KKN XIX Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara merancang solusi yang disesuaikan dengan kondisi mitra. Fokus program ditujukan pada dua aspek utama, yaitu (1) peningkatan branding dan perbaikan kemasan produk, serta (2) pelatihan pengelolaan keuangan usaha. Kedua aspek ini dipilih karena saling berkaitan: branding dan kemasan yang baik meningkatkan nilai jual dan kepercayaan konsumen, sementara pencatatan keuangan yang tertata memungkinkan pemilik usaha mengetahui keuntungan, mengatur modal, dan merencanakan pengembangan usaha ke depan. Dengan strategi tersebut, program tidak hanya menyelesaikan permasalahan praktis, tetapi juga memberi dasar pengetahuan yang bisa diaplikasikan jangka panjang.

Peningkatan Branding dan Pembuatan Kemasan

Tahap awal adalah memperkuat identitas produk melalui branding. Branding merupakan salah satu faktor penting dalam pemasaran, karena konsumen cenderung memilih produk yang memiliki identitas jelas, menarik, dan mudah diingat. Tim KKN bersama pemilik usaha melakukan diskusi intensif untuk menentukan identitas visual yang sesuai dengan karakter produk Kacung Bakso. Dari diskusi tersebut lahir rancangan logo baru yang sederhana, komunikatif, dan menggambarkan cita rasa khas bakso sebagai produk utama. Nama usaha juga diperbaiki agar lebih singkat dan mudah dikenali.

Setelah logo dan nama ditetapkan, tim KKN membantu membuat desain kemasan produk. Kemasan yang sebelumnya hanya berupa plastik polos, kini dilengkapi dengan stiker berisi logo, nama produk, daftar komposisi, informasi gizi, nomor kontak, serta izin produksi sederhana. Bahan kemasan dipilih yang ekonomis namun tetap kuat, sehingga bisa melindungi produk dengan baik dan menambah kesan higienis. Selain itu, aspek visual juga diperhatikan. Desain kemasan dibuat menarik dengan kombinasi warna cerah dan tulisan yang jelas, sehingga konsumen lebih mudah tertarik saat melihat produk di etalase.

Dampak dari perubahan kemasan ini terasa nyata. Produk yang sebelumnya terlihat sederhana kini tampil lebih profesional. Konsumen mulai memberikan respon positif, bahkan ada yang menyarankan produk untuk dijual di toko oleh-oleh dan dipasarkan melalui media daring. Hal ini menunjukkan bahwa branding dan kemasan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta membuka peluang pasar yang lebih luas. Tidak hanya itu, dengan adanya identitas produk, Kacung Bakso kini memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan sebelumnya.



Gambar 1. Desain kemasan yang dibuat tim KKN UNISNU

Peningkatan Kapasitas Pengelolaan Keuangan

Selain aspek branding, tim KKN juga menekankan pentingnya pengelolaan keuangan yang baik. Salah satu kelemahan UMKM di desa adalah pencatatan keuangan yang sering diabaikan, sehingga pemilik tidak dapat mengetahui dengan jelas kondisi usaha. Hal ini juga dialami oleh Kacung Bakso. Sebelum pendampingan, pencatatan keuangan hampir tidak dilakukan. Modal usaha sering bercampur dengan kebutuhan

rumah tangga, sehingga keuntungan sulit dipantau. Akibatnya, pemilik kesulitan merencanakan pengembangan usaha karena tidak ada data keuangan yang akurat.

Melalui kegiatan pengabdian, tim memberikan pelatihan pengelolaan keuangan sederhana menggunakan pendekatan praktis. Pemilik usaha diajarkan cara mencatat setiap transaksi pemasukan dan pengeluaran secara rapi, termasuk pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha. Untuk mempermudah proses, tim memperkenalkan penggunaan Microsoft Excel dan Google Spreadsheet. Format pencatatan yang diberikan sangat sederhana namun efektif, terdiri atas kolom tanggal, jenis transaksi, pemasukan, pengeluaran, dan saldo akhir. Format ini memudahkan pemilik usaha untuk melihat arus kas harian, menghitung laba bersih, serta melakukan evaluasi rutin.

Setelah beberapa kali pendampingan, pemilik usaha mulai terbiasa menggunakan format pencatatan tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan adanya dokumen laporan keuangan sederhana yang mulai tersusun. Kini, pemilik dapat mengetahui jumlah keuntungan bersih per minggu, menghitung biaya bahan baku, dan memantau saldo modal usaha. Perubahan ini memberikan dampak positif yang besar. Dengan pengelolaan keuangan yang lebih tertata, usaha Kacung Bakso tidak hanya dapat berjalan lebih efisien, tetapi juga memiliki dasar yang kuat untuk mengajukan kerja sama dengan pihak lain atau bahkan untuk mengakses bantuan modal dari lembaga keuangan.



Gambar 2. Pendampingan pencatatan keuangan oleh Tim KKN untuk memantau arus kas usaha.

Perubahan Kondisi Mitra

Jika dibandingkan sebelum dan sesudah kegiatan, terdapat perubahan yang cukup signifikan pada UMKM Kacung Bakso. Dari segi pemasaran, produk yang sebelumnya dikemas seadanya kini tampil lebih profesional dengan logo, label, dan informasi produk yang lengkap. Perubahan ini meningkatkan citra usaha, membuat produk lebih layak dipasarkan di berbagai tempat, termasuk toko oleh-oleh, warung, maupun media daring. Konsumen yang sebelumnya hanya mengenal produk dari rasa kini juga menilai produk dari sisi tampilan, sehingga nilai jual produk meningkat.

Dari segi manajerial, pemilik usaha yang sebelumnya tidak terbiasa mencatat keuangan kini mulai terlatih melakukan pencatatan secara rutin. Perubahan ini sangat penting, karena dengan adanya catatan transaksi, pemilik dapat mengetahui dengan jelas kondisi keuangan usaha, menghitung keuntungan bersih, serta merencanakan strategi pengembangan usaha di masa depan. Dengan demikian, pendampingan ini tidak hanya

memberikan solusi jangka pendek, tetapi juga memberikan dasar pengetahuan yang bisa digunakan secara berkelanjutan.

Implikasi dan Dampak

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa pendampingan sederhana dapat memberikan dampak yang besar terhadap UMKM. Branding dan kemasan yang baik terbukti mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta membuka peluang pasar baru. Di sisi lain, pencatatan keuangan yang rapi memungkinkan usaha berjalan lebih terkontrol dan profesional. Kombinasi kedua aspek ini menjadikan UMKM Kacung Bakso lebih siap untuk berkembang secara mandiri dan berkelanjutan.

Secara lebih luas, kegiatan ini juga memberikan pelajaran bahwa UMKM desa membutuhkan pendampingan intensif yang praktis dan sesuai dengan kondisi mereka. Banyak pelaku usaha yang memiliki keterampilan produksi, tetapi belum memahami pentingnya manajemen usaha dan strategi pemasaran. Oleh karena itu, kegiatan seperti ini perlu terus dikembangkan agar UMKM dapat naik kelas, memiliki daya saing yang lebih tinggi, dan mampu memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Tim KKN XIX UNISNU Jepara di Desa Gempolsongo, Kecamatan Mijen, Kabupaten Demak, telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas UMKM Kacung Bakso. Permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu lemahnya branding, kemasan yang sederhana, serta sistem pencatatan keuangan yang tidak teratur, berhasil ditangani melalui serangkaian pendampingan, pelatihan, dan penerapan langsung di lapangan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penguatan branding dan perancangan kemasan baru mampu meningkatkan citra produk serta memberikan nilai tambah dalam pemasaran. Produk yang sebelumnya dikemas secara sederhana kini tampil lebih profesional dengan logo, label, dan informasi produk yang jelas, sehingga lebih menarik bagi konsumen. Perubahan ini terbukti meningkatkan minat beli masyarakat dan memperluas potensi pemasaran, baik di tingkat lokal maupun melalui saluran distribusi yang lebih luas.

Selain itu, penerapan sistem pencatatan keuangan sederhana membawa perubahan positif pada aspek manajerial usaha. Pemilik usaha yang sebelumnya tidak memiliki catatan transaksi kini dapat melakukan pencatatan secara teratur menggunakan format yang mudah dipahami. Hal ini membuat pemilik dapat mengetahui arus kas, menghitung keuntungan bersih, serta merencanakan penggunaan modal dengan lebih efektif. Dengan demikian, usaha menjadi lebih tertata, efisien, dan memiliki landasan yang kuat untuk berkembang secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan kapasitas usaha mitra baik dari sisi pemasaran maupun manajemen keuangan. Pendampingan yang dilakukan juga memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan praktis bagi pemilik UMKM agar mampu mengelola usahanya secara lebih mandiri. Dampak ini diharapkan tidak hanya bermanfaat bagi Kacung Bakso, tetapi juga dapat menjadi inspirasi bagi

UMKM lain di Desa Gempolsongo dalam upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di masa depan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim penulis menyampaikan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta fasilitas dalam penyelenggaraan kegiatan KKN XIX, sehingga program pengabdian di Desa Gempolsongo dapat terlaksana sesuai dengan rencana.

Penghargaan yang setinggi-tingginya diberikan kepada Bapak Mansur selaku pemilik UMKM Kacung Bakso yang telah bersedia menjadi mitra dalam kegiatan ini, serta memberikan kerjasama, keterbukaan, dan partisipasi aktif selama proses pendampingan berlangsung. Apresiasi juga kami sampaikan kepada pemerintah Desa Gempolsongo, Kecamatan Mijen, Kabupaten Demak, beserta masyarakat yang telah menerima tim dengan baik serta memberikan dukungan moril maupun materil.

Tidak lupa, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, baik dari kalangan dosen pembimbing lapangan, rekan-rekan mahasiswa KKN XIX UNISNU Jepara, maupun masyarakat sekitar yang turut membantu dan mendukung keberhasilan program ini. Semoga segala kebaikan, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

REFERENSI

- Ariani, D., & Handayani, T. (2020). Pemberdayaan UMKM melalui inovasi kemasan produk dalam meningkatkan daya saing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 115–124.
- Cahyanti, L., & Kudus, D. A. K. H. (2018). Gambaran pengetahuan ibu dalam pemberian makanan bergizi dengan status gizi balita di Desa Gempolsongo Kecamatan Mijen Kabupaten Demak. *Jurnal Profesi Keperawatan*, 5(1).
- Hamda, N. (2014). Masyarakat dan sosialisasi. *Ittihad*, 12(22), 107–115.
- Indriani, R., & Yuliana, E. (2021). Pelatihan pencatatan keuangan sederhana berbasis Excel untuk meningkatkan manajemen usaha mikro. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 3(1), 45–53.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

- Putri, A. M., & Santoso, B. (2019). Penguatan branding dan pemasaran digital bagi UMKM lokal. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(1), 32–41.
- Roessali, W., & Gayatri, S. (2023). Analisis profitabilitas dan tingkat kesejahteraan petani bawang merah di Kecamatan Mijen Kabupaten Demak. *Agrimor*, 8(3), 130–138.
- Suhartini, D., & Arifin, A. (2020). Pendampingan usaha mikro melalui pelatihan manajemen keuangan sederhana. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(2), 88–96.
- Suryani, S. (2018). Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1–10.
- Wijayanti, D. (2018). Penerapan strategi branding untuk meningkatkan nilai jual produk UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 101–110.
- Wijoyo, H., & Ariyanto, A. (2021). *Entrepreneurial mindsets & skill*. Insan Cendekia Mandiri.